



Manual de Identidade Visual do CBMAL

**Edição 01
25 páginas**

BGO nº 079 de 29 de Abril de 2022

Assessoria de Relações Públicas e Comunicação Social

Organização

Maj BM Joaquim **Kenzo** Andrade Kishishita

Equipe

2º Ten **Rosiane** de Lima Santos

2º Ten **Jailson Tavares** da Silva

3º Sgt **Thássia** Camilla da Silva Santos Leite

3º Sgt Francinez de **Azevedo** Farias

3º Sgt **Rodolfo Marcelo** Gonçalves Souza

3º Sgt **André Luiz** Santos de Albuquerque

Cb Diogo **Cordeiro** do Nascimento

Cb Bruno Francisco Santos **Perciano**

Sd Vitor Pedro **Prieto**

Sd Thaynara **Diana** de Albuquerque Lima

Projeto Gráfico

Maj BM Joaquim **Kenzo** Andrade Kishishita

Edição de imagens

3º Sgt Francinez de **Azevedo** Farias

3º Sgt **Rodolfo Marcelo** Gonçalves Souza

Diagramação

Sd BM Thaynara **Diana** de Albuquerque Lima

Revisão

3º Sgt **Thássia** Camilla S. S. Leite

SUMÁRIO

O Brasão.....	03
Elementos.....	04
Proporção e Arejamento.....	05
Cores.....	06
Versões.....	07
Aplicação em Fundo Colorido.....	08
Assinatura.....	09
Utilização.....	10
Proporção e Arejamento.....	11
Cores.....	12
Versões.....	13
Aplicação em Fundo Colorido.....	14
Uso Incorreto.....	15
Identidade da Frota.....	17
Sinalização.....	22
Alfabeto Funcional.....	23
Prescrições Diversas.....	24
Referências.....	25

O BRASÃO

Neste manual estão demonstradas as definições conceituais, estratégicas e as normas que estabelecem os critérios para a aplicação correta da identidade visual da marca do Corpo de Bombeiros Militar de Alagoas.

Caso necessário, um profissional de comunicação poderá auxiliá-lo a fazer a correta leitura e tradução da linguagem gráfica na aplicação destas normas durante a implantação e manutenção dos projetos, assim como na continuidade do trabalho e possíveis adequações às situações não previstas neste manual.

O uso das regras aqui determinadas irá colaborar diretamente para o fortalecimento da comunicação visual da marca, estabelecendo um nível eficaz de entendimento por parte de todos.

Reproduza os arquivos originais deste documento através de processo digital para preservar com segurança o design original dos logotipos e sua identidade. Quaisquer modificações e formas de utilização diferenciadas deverão ser consultadas e aprovadas pela Assessoria de Relações Públicas e Comunicação Social do CBMAL.



03

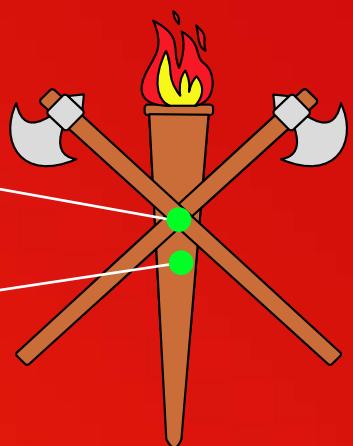
ELEMENTOS



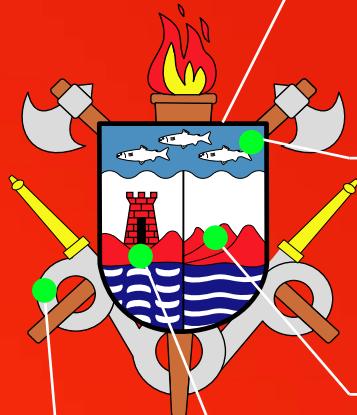
O Brasão das armas do CBMAL é uma Fênix em ouro. O pássaro lendário simboliza uma vida alongada seguida de renovação, uma vez que ao morrer, ela renasce das próprias cinzas.

Embaixo, flâmula de prata, com "CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DE ALAGOAS" em letras.

Dois machados cruzados com lâminas prateadas e cabos de madeira, que simbolizam a ação do salvamento.



Tocha vertical com flama vermelha e amarela, simbolizando valor, coragem, ardor patriótico e fulgor.



Escudo Português da bandeira de Alagoas

Na parte superior, com parte inferior em ondas na cor azul, com três tainhas na cor prata, postas em "V" invertido.

Três morros vermelhos unidos lado a lado, sendo o do centro mais alto que os demais. Com a parte inferior representando o Rio Manguaba com faixas alternadas nas cores azul e prata, representando o município de Porto Calvo.

Rochedo vermelho saindo do mar ondado e uma torre também em vermelho representando o município de Penedo.

Uma mangueira na cor prata, enrolada nos machados e na tocha em suas extremidades, ligada a esguichos, simbolizando a ação de extinguir incêndios.

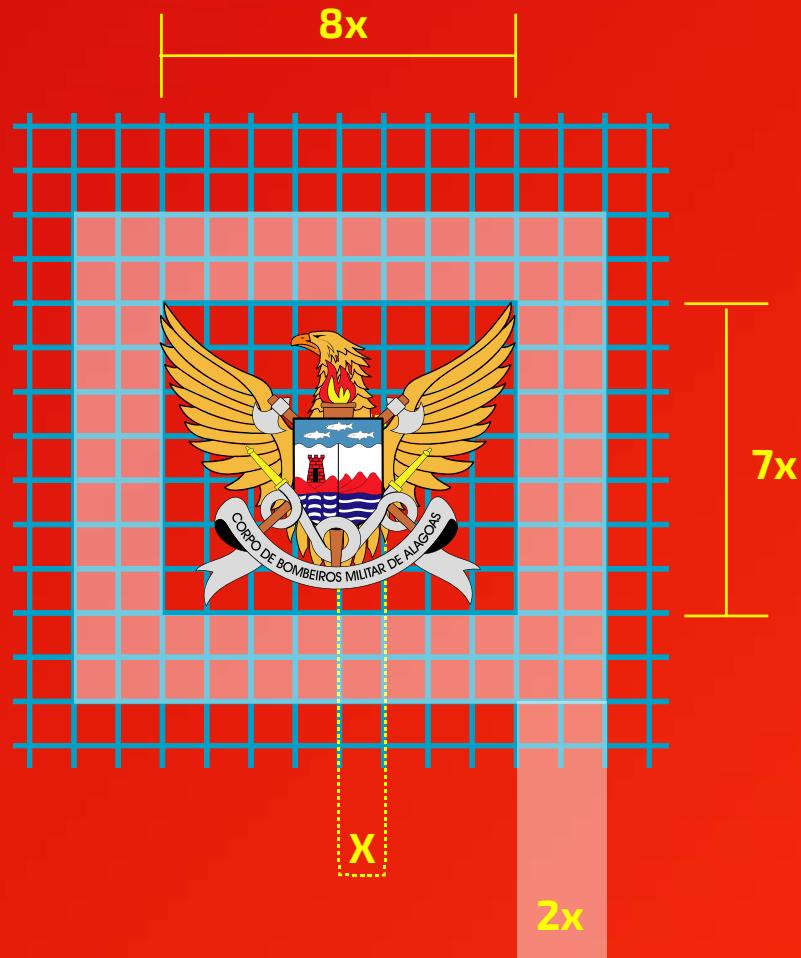
PROPORÇÃO E AREJAMENTO

A consolidação de uma marca requer sempre o uso correto de todos os seus elementos. Para aplicar o brasão do CBMAL, em qualquer meio, solicite sempre um arquivo eletrônico. Não tente redesená-lo, pois você estará arriscando a qualidade da imagem e do serviço.

Arejamento

Deve ser resguardado um espaço ao redor da marca, livre de interferência de outros elementos gráficos para preservar sua integridade e legibilidade. A este espaço atribuímos o nome de "arejamento".

Utilize a largura do escudo português para estabelecer a medida da área de proteção da marca.



Redução mínima

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução obtida. Recomendamos como limite de redução da marca, para impressões, as medidas especificadas ao lado. A redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.



25 mm

CORES

As cores que compõem o brasão do CBMAL estão apresentadas nas escalas RGB, CMYK, HEXADECIMAL, PANTONE e ESCALA DE CINZA.



RGB 255 26 36

HEX/HTML FF1A24

CMYK 0 98 90 0

Pantone Red 032

70% Black

RGB 225 128 0

HEX/HTML ff8000

CMYK 2 49 92 0

Pantone 138 C

55% Black

RGB 255 186 61

HEX/HTML FFBA3D

CMYK 0 27 76 0

Pantone 136

40% Black

RGB 255 255 0

HEX/HTML FFFF00

CMYK 6 0 96 0

Pantone Proc. Yellow

30% Black

RGB 74 148 255

HEX/HTML 4A94FF

CMYK 64 39 0 0

Pantone 2727

45% Black

RGB 0 23 255

HEX/HTML 0017FF

CMYK 87 76 0 0

Pantone 2727

80% Black

RGB 181 181 181

HEX/HTML B5B5B5

CMYK 29 24 24 0

Pantone 136

15% Black



VERSÕES



Versão positiva



Versão negativa

Versões Monocromáticas



RGB 255 186 61

HEX/HTML FFBBA3D

CMYK 0 27 76 0

Pantone 136

Redução mínima

10 mm



RGB 255 255 0

HEX/HTML FFFF00

CMYK 6 0 96 0

Pantone Proc. Yellow



RGB 255 26 36

HEX/HTML FF1A24

CMYK 0 98 90 0

Pantone Red 032

07

APLICAÇÃO EM FUNDO COLORIDO



Versão positiva ou negativa com 50% de transparência

08

ASSINATURA

"Criamos esta nova identidade visual da nossa Corporação, a qual proporcionará uma comunicação mais clara e eficiente, melhorando nossa imagem perante a sociedade e simplificando os elementos gráficos de nossa assinatura."

Coronel BM André Madeiro
Comandante Geral do CBMAL



**BOMBEIRO
MILITAR
ALAGOAS** **193**

UTILIZAÇÃO

A assinatura horizontal é a que deve ser utilizada nas artes gráficas, fotos publicadas ou qualquer imagem publicada pela Corporação. Conforme representada abaixo, ela deve ser utilizada respeitando as proporções, arejamento, cores e demais aspectos que definem sua identidade.



Exceções

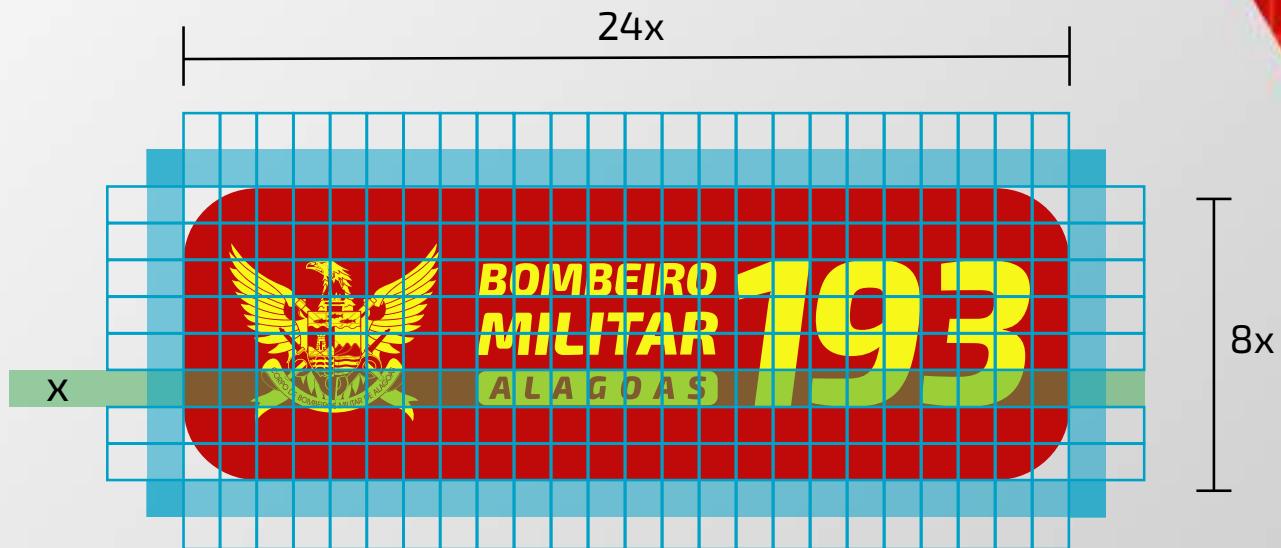


No caso em que já houver alguma das representações possíveis da fênix, a assinatura sem a fênix poderá ser utilizada, respeitando todas as predefinições estabelecidas nesse manual.



A assinatura vertical poderá ser utilizada quando, por alguma razão, a horizontal ficar ilegível, sem destaque ou por algum outro motivo que impossibilite o uso eficaz da assinatura horizontal.

PROPORÇÃO E AREJAMENTO



Assim como no caso da fênix, as proporções e arejamentos da assinatura deverão ser respeitados, visando manter a legibilidade e a integridade da marca.



CORES

As cores utilizadas na assinatura são o vermelho e amarelo, duas cores primárias que evocam sentimentos fortes e complementares. Enquanto o vermelho remete à adrenalina, ao perigo iminente, à força, à coragem, além de estimular sentimentos de sobrevivência básica, o amarelo traz a atenção e emana sentimentos de segurança, segurança emocional e eficiência.



RGB 193 10 10



HEX/HTML c10a0a

CMYK 19 96 90 6



Pantone Red 485C

70% Black

RGB 255 255 0



HEX/HTML FFFF00

CMYK 6 0 96 0



Pantone Proc. Yellow

30% Black



VERSÕES

Assim como na assinatura colorida, as versões positivas ou negativas deverão ser utilizadas obedecendo as regras de utilização, exceção, de proporções e arejamento estabelecidas anteriormente nesse manual.



APLICAÇÃO EM FUNDO COLORIDO



Versão positiva ou negativa com 50% de transparência

14

USO INCORRETO



NÃO distorcer a marca



NÃO rotacionar ou inclinar a marca



NÃO rotacionar qualquer dos elementos



NÃO alterar a tipografia



NÃO inverter as cores da marca

USO INCORRETO

NÃO alterar as cores da marca



NÃO alterar a relação de proporção entre o símbolo e o logotipo



NÃO alterar a disposição dos elementos da marca



NÃO conectar palavras com a marca



NÃO aplicar efeitos visuais na marca



NÃO inserir fio de contorno na marca



IDENTIDADE DA FROTA

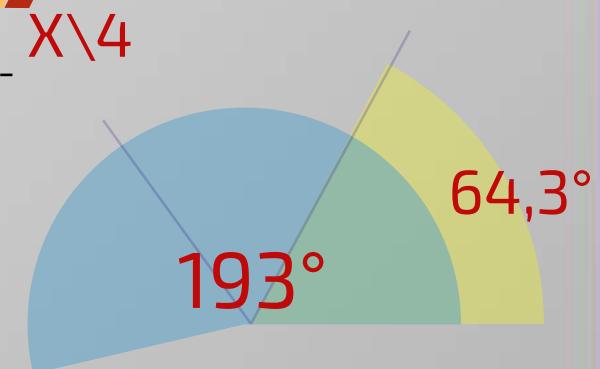
As dimensões das faixas amarelas em diagonal ascendente têm como base o valor de "X", o qual corresponde à altura da fênix da assinatura plotada na viatura, conforme exemplificado abaixo.

BOMBEIRO
MILITAR
ALAGOAS **193**

 BOMBEIRO
MILITAR
ALAGOAS **193**



Os ângulos de inclinação das faixas da Viatura seguem representados ao lado, tendo como base o ângulo $193^\circ / 3$.



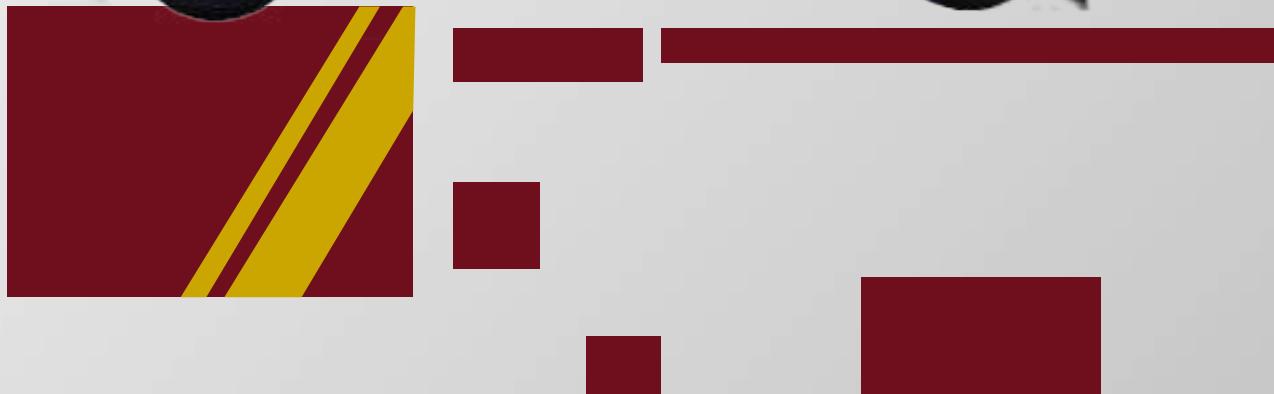
IDENTIDADE DA FROTA

Ainda com base nas proporções da página anterior, temos as dimensões das faixas para plotagem das viaturas operacionais. Além disso, o ângulo do encontro das faixas com o eixo vertical no centro da disposição gráfica é dado pela subtração do ângulo 64,3 por 19,3, tendo como resultado o ângulo de encontro de 45°.



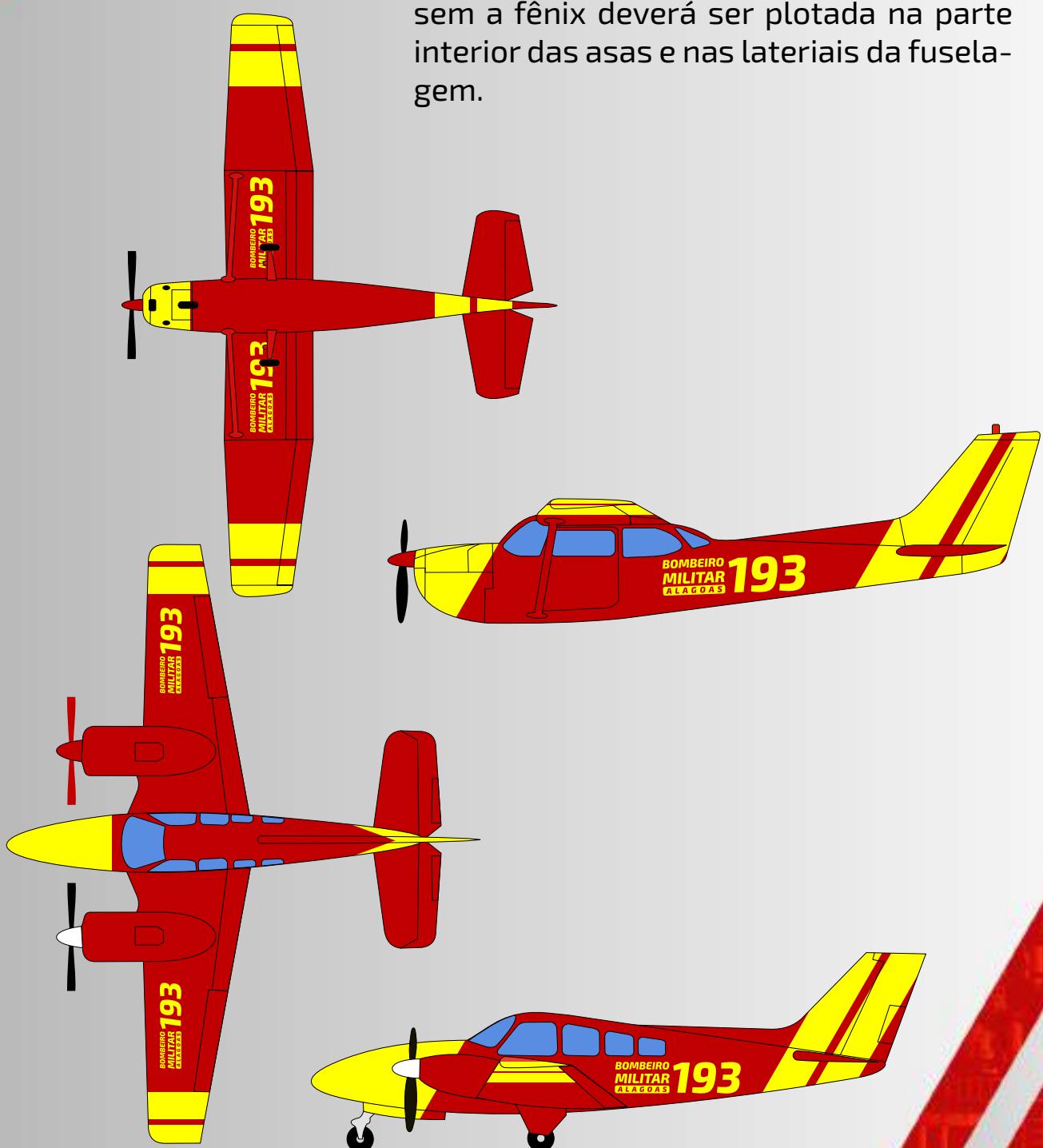
IDENTIDADE DA FROTA

Nos caminhões e caminhonetes operacionais, as duas faixas amarelas deverão ser plotadas na região de maior área vermelha.



IDENTIDADE DA FROTA

Nas aeronaves de asa fixa, as duas faixas deverão ser plotadas na ponta das duas asas e no leme. Além disso, a marca sem a fênix deverá ser plotada na parte interior das asas e nas laterais da fuselagem.



IDENTIDADE DA FROTA

As viaturas administrativas deverão seguir as mesmas especificações das viaturas operacionais. Porém, suas faixas deverão ser vermelhas tanto em viaturas brancas quanto pratas.

A assinatura deverá ser plotada nas portas dianteiras e a fênix no capô.

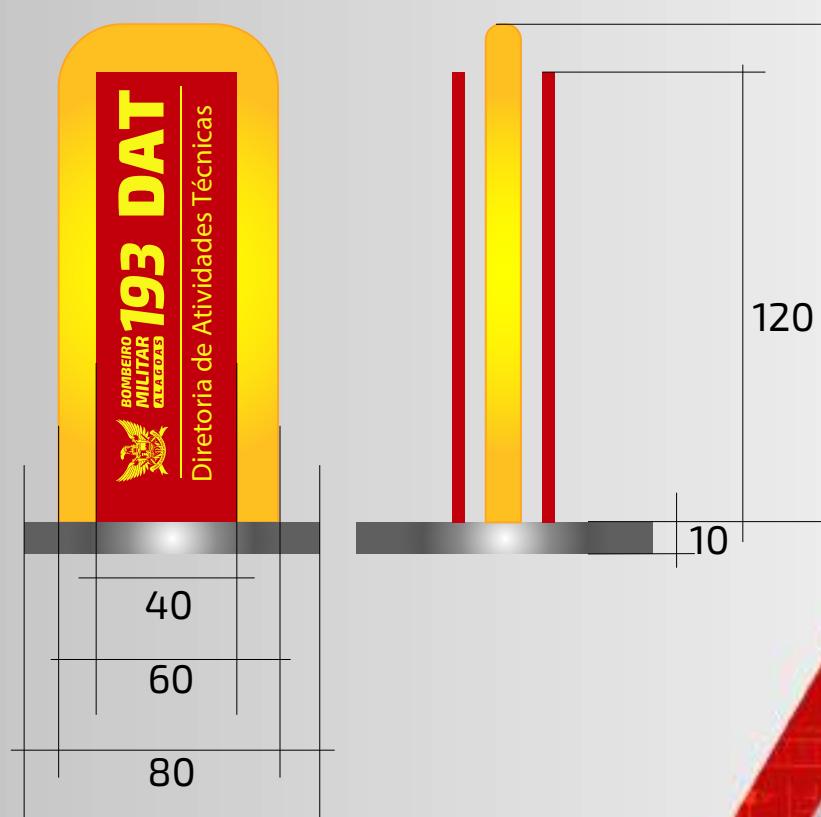


SINALIZAÇÃO



O totem para identificação das unidades será composto por uma placa em acrílico amarelo, centralizada e iluminada internamente, e por duas placas vermelhas externas, sob uma base circular, conforme ilustração.

O tamanho do totem deverá ser adequado à fachada da unidade, mantendo-se a proporção indicada.



ALFABETO FUNCIONAL

A família tipográfica escolhida para identidade visual foi a Exo 2, uma tipografia moderna e de boa legibilidade. O uso dessa família tipográfica está previsto para aplicações nos demais textos como anúncios publicitários, cartas, endereços de papelaria institucional, títulos e textos de formulários, etc. Evite utilizar outras fontes e, caso alguma inclusão seja necessária, esta deverá previamente informada e aprovada pela ARPCS.

Exo 2 Thin

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Exo 2 Thin Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Exo 2 Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Exo 2 Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Exo 2 Black

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Exo 2 Black Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

PRESCRIÇÕES DIVERSES

A consolidação de uma marca requer sempre o uso correto de todos os seus elementos. Para aplicar o Brasão e assinatura do CBMAL em qualquer meio, solicite sempre um arquivo eletrônico. Não tente redesenhá-los, pois você estará arriscando a qualidade da imagem e do serviço.

Reproduza os arquivos originais deste documento através de processo digital para preservar com segurança o design original dos logotipos e sua identidade. Quaisquer modificações e formas de utilização diferenciadas deverão ser consultadas e aprovadas pela Assessoria de Relações Públicas e Comunicação Social da corporação.

Obrigado.

REFERÊNCIAS

BULFINCH, Thomas. O livro de ouro da mitologia: histórias de deuses e heróis, 26^a edição. Rio de Janeiro; Ed. Ediouro Publicações S/A , 2002.

Damazio, Vera et al. Design ergonomia e emoção, "marcas que marcam" e antropologia do consumo: caminhos para projetar produtos "marcantes", 3^a edição. Rio de Janeiro; Ed. Manual X: FAPEJAL, 2012.

FRASER, Tom e BANKS, Adam. *O guia completo da cor*, 2^a edição. São Paulo; Ed. Senac SP, 2007.

GOMES FILHO, João. Ergonomia do Objeto: sistema técnico de leitura ergonômica, 2^a edição. São Paulo; Ed. Escrituras , 2010.

HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e razão, 1^a edição. São Paulo; Ed. Olhares, 2007.

SAMARA, Timothy. Guia de tipografia: manual prático para o uso de tipos no design gráfico, 1^a edição. Porto Alegre; Ed. Bookman, 2011.

SAMARA, Timothy. Grid: Construção e desconstrução, 1^a edição. São Paulo; Ed. Cosac Naify, 2007.

